

OUVIR É ESCUTAR?¹

HEARING IS LISTENING?

Cristina Moura Emboaba da Costa Julião de Camargo
Universidade do Estado de Santa Catarina
crisemboaba@usp.br

Resumo

No mundo tecnológico e informatizado do século XXI, *narcísico e hedonista* (LIPOVETISKY, 2005), a *standardização para o consumo de massa* (ADORNO, 1941) ocasionou um adestramento na percepção, além de alterar os parâmetros, os atributos de expressão e os princípios da *poética* musical que compõem as dimensões estruturais da música, ao promover um estado quase permanente de distração e de entretenimento, divergente da escuta concentrada que permite articular, interpretar, compreender e construir um pensamento a partir do que se ouve. Essa nova percepção teve impacto expressivo nos hábitos de audição, na área da educação e formação musical. Como então atuar no contexto educacional do ensino regular e do ensino de música numa sociedade imersa no adestramento sensorial para o consumo? Neste artigo procuramos discutir e apontar alternativas que retomem a concentração e o esforço consciente da percepção - análise, interpretação e compreensão para um pensar crítico.

Palavras-chave: indústria da cultura; percepção; gosto musical; hábitos de audição

¹ Comunicação apresentada no dia 17 de outubro de 2014, no Departamento de Música da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, dentro da programação do VI Encontro de Musicologia. Disponível em <https://youtu.be/XvyNfvOXoCo?list=UU7kMPRd6yA9Pwlj16voHXA> (acesso: 10/11/2015).

Abstract

In a technological and computerized twenty-first century world, narcissistic and hedonic (LIPOVETSKY, 2005), the standardization of mass consumption (Adorno, 1941) led to a “dressage” in perception, besides a changing of parameters, attributes of expression and principles of musical poetics that make up the structural dimensions of music, by promoting an almost permanent state of distraction and entertainment, diverging of the concentrated listening which allows to articulate, interpret, understand and build a thought from what is heard. This new perception had significant impact on the habits of listening in the area of education and of musical training. How then act in the educational context of mainstream education and teaching music in a society immersed in sensory training for consumption? In this article we discuss and point out alternatives to retake the concentration and the conscious effort of perception, analysis, interpretation and understanding for a critical thinking.

Keywords: industry of culture; perception; musical taste; listening habits

Ouvir e escutar nem sempre significam a mesma ação sensorial. A forma como é desenvolvida nossa *aísthesis* (sensibilidade, percepção) afeta a interação que estabelecemos com o mundo, pois ela interfere em nossos processos de formação e desenvolvimento, influenciando escolhas, determinando a construção do gosto² e do juízo

² “[...] o gosto é a espiritualidade de uma pessoa, ou de um período histórico, traduzida numa espera de arte, um modo de ser, viver, pensar, sentir, resolvido num concreto ideal estético, um sistema de idéias, pensamentos, convicções, crenças, aspirações, atitudes, tornado sistema de afinidades eletivas em campo artístico. [...] A multiplicidade, historicidade e mutabilidade do gosto é a própria infinita multiplicidade da interpretação. [...] ele contribui para a compreensão da obra somente como órgão de penetração e não como critério de avaliação” (PAREYSON, 2001 [1984], p.243, 244).

estético³ e, principalmente, descrevendo o mundo que nos cerca e o que compreendemos dele.

Para o filósofo Alexandre Costa (2013) “o corpo colhe, a interpretação escolhe” (COSTA, 2013, p.82). A ação de ouvir é involuntária, universal e inevitável, mas o modo como se ouve é particular, singular e consiste na construção interpretativa do ser humano. A partir do que é captado pelos sentidos, numa apreensão sensível da *physis*⁴ e seu *lógos*⁵, somente depois de assimilado e compreendido é que o conteúdo, ou o objeto de observação e estudo, torna-se conhecimento. A ação de pensar (involuntária como a ação de ouvir) e a construção do pensamento decorrem dos nossos sentidos, principalmente a audição. Para a filosofia de Heráclito, ouvir é o verbo dos verbos, pois dele depende a apreensão da linguagem. E ouvir, nesse sentido, transcende a mera audição sonora.

A *aísthesis* dependente do *lógos* (daí a importância da capacidade hermenêutica em cada indivíduo), possibilitando a participação e a interação do homem na natureza e no mundo. Existe então uma indissolúvel relação entre a audição humana e a capacidade de assimilar, interpretar e compreender o mundo, promovendo inúmeras possibilidades de entendimento, da total “surdez” à sabedoria, de forma que “sua grandeza ou sua pequenez, sua harmonia ou desarmonia em relação à linguagem do real e à afinada ‘música’ do *kosmos* serão decididos pela sua escuta” (*ibidem*, p.92).

³ “[...] o juízo acerca de uma obra de arte [...] deve alçar-se ao plano universal, exprimindo uma valoração imutável e única, onirreconhecível e aceitável por todos. [...] A universalidade do juízo é a própria validade universal da obra singular, porque a verdadeira avaliação da obra é a consideração dinâmica que dela se faz, isto é, o confronto da obra tal como é com a obra tal como ela própria queria ser. [...]” (PAREYSON, 2001 [1984], p.243-45).

⁴ “A concepção da natureza”, ao transmitir seu conteúdo e expor seu comportamento, revela-se como linguagem (COSTA, 2013, p.79-80).

⁵ Concepção heraclítica de linguagem que se remete “ao fato de que todo evento na ordem da natureza - e o homem se inscreve nela - comunica e diz algo” (COSTA, 2013, p.80).

Quando a indolência e a distração apropriam-se da *aísthesis*, principalmente ao não se esforçar por compreender o discurso dos *lógos*, os sentidos transformam-se em veículos de afastamento e desorientação, tornando-se suscetível à manipulação e com duvidoso senso crítico, onde, “não sabendo ouvir, não sabem falar” (HERÁCLITO, fragmento 19, apud COSTA, 2013, p.91).

A percepção auditiva transita entre uma escuta desconcentrada (não absorve o sentido do conteúdo que se apresenta) a uma escuta concentrada (articula, interpreta, compreende e constrói um pensamento a partir do que se ouve - exercício dialético com o conhecimento já adquirido).

Para o compositor Edson Zampronha (2000), a escuta musical oscila entre o *perceber* e o *reconhecer*, dependendo do emprego de signos e convenções utilizados. Segundo ele, ao referir-se à escrita musical e sua recepção, quanto mais estereótipos e convenções uma obra musical apresentar, menor será a utilização de processos perceptuais, pois se baseia no reconhecimento, tornando-se previsível e reduzindo a margem interpretativa; já o contrário, uma escrita com signos diferenciados e carregada de imprevisibilidade tende a gerar uma margem ampla de interpretação, “alongando a duração perceptual, e retardando a entrada de estereótipos” (ZAMPRONHA, 2000, p.242).

Ao transpormos esses conceitos abordados por Zampronha (2000) para os processos de escuta musical em nossa contemporaneidade, percebemos a predominância da hipersaturação de estereótipos provindos dos produtos gerados pela atual *indústria da cultura*⁶ (ADORNO, 1944), tornando os processos perceptuais adestradores e restritos ao *reconhecimento* do sempre igual, rejeitando aquilo que se diferencia do padrão, da *percepção* do novo.

⁶ *Kulturindustrie* é um conceito cunhado por Siegfried Kracauer e trabalhado no livro *Dialética do Iluminismo* (1944), de Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, referente a essa estrutura mercadológica e ideológica que promove padrões pré-estabelecidos para o consumo, aprisionando a *aísthesis* num gosto nivelador e mediano.

Adorno afirma que a construção dos hábitos de audição das massas concentra-se no hábito do reconhecimento, que nasce nos processos de promoção e repetição, tornando o material aceito. “O princípio básico subjacente a isso é o de que basta repetir algo até torná-lo reconhecível para que ele se torne aceito. Isso serve tanto à estandardização do material quanto à sua promoção” (ADORNO, 1941, p.130).

Da repetição (imitação) ao reconhecimento, do reconhecimento à aceitação. Com esse paradigma atuando cotidianamente nos sentidos e na construção de hábitos, não há quem escape da influência e do controle da indústria da cultura. O reconhecimento é parte importante da apreciação de obras musicais, pois permite construir um sentido musical de uma obra conectando, primeiramente, os elementos conhecidos para depois experimentar a novidade que ela propõe. O *fundamentalmente novo* precisa ser percebido, interpretado e depois compreendido para, quando repetido, ser reconhecido, deixando de ser novidade. Para Adorno (1941) “essa relação entre o reconhecido e o novo que é destruída na música popular. Reconhecer torna-se um fim, ao invés de ser um meio” (*ibidem*, p.131). Essa condição também é análoga à música de concerto que incorporou rituais de esnobismo num repertório clássico-romântico cada vez mais comum nas salas de concerto, visando estabelecer essa relação de reconhecimento com o público, como por exemplo, a predominância de obras musicais reconhecidas pelo grande público (aberturas e árias de óperas, sinfonias, arranjos orquestrais de canções populares).

Mas foi a saturação do gênero *canção popular urbana* que colaborou com a estandardização e mudanças nos hábitos de audição, pois, dispensando o ouvinte do esforço de “seguir o fluxo musical concreto, como lhe dá, de fato, modelos sob os quais qualquer coisa concreta ainda remanescente pode ser subsumida” (ADORNO, 1941, p.121), promoveu uma escuta pré-digerida e reflexos condicionados, principalmente aqueles ligados aos aspectos do ritmo e do movimento, além de produzir um “gosto nivelador” (*idem*, 2011 [1ª ed. 1973], p.52)

e mediano na sociedade de massa. A imitação foi o fio condutor dessa estandardização e a competição foi o seu processo, culminando na cristalização dos padrões, sendo excluído tudo que diferisse deles. “Entender música popular significa obedecer a tais comandos ao escutar. A música popular impõe os seus próprios hábitos de audição” (*idem*, 1941, p.124), sendo utilizada como estrutura de distração (similar ao modelo publicitário) e ligada ao modo de produção e de mecanização do trabalho. Surge então o correlato não-produtivo dessa estrutura de produção: o entretenimento (reconhecimento narcísico).

Realizado como forma de relaxamento, sem esforço de atenção e concentração, o entretenimento envolve os sentidos num gozo de sensações que busca o próprio prazer e a simulação de emoções, provavelmente inexistentes ou imperceptíveis no massificado cotidiano da vida urbana atual. Produz um relaxamento padronizado e pré-digerido, promovendo a escapada da monotonia que se instalou no âmbito do trabalho ligado à mecanização e à repetição. Nessa estrutura de entretenimento é quase impossível uma experiência concentrada e consciente, como a exigida para a apreciação de uma obra de arte, uma vez que os fenômenos musicais sofrem transformações internas com subordinação à essa estrutura de consumo em massa, podendo modificar em vários níveis a formação da estrutura do ouvido musical. Sobre isso, Adorno ressalta que a composição musical é “a única que na verdade decide sobre a situação da própria música” (ADORNO, 2011 [1ª ed.1958], p.9).

A canção, produto explorado pela indústria da cultura enquanto bem cultural, é uma expressão artística dual de música e poesia. Durante séculos a música ocidental e a poesia desenvolveram-se numa relação estreita de simbiose, e embora extremamente diversas, conseguiram estabelecer afinidades quanto à articulação do som, gerando a música vocal. Enrico Fubini (2003) assim descreve essa tensa relação:

(...) na música vocal, a música gostaria de poder assumir as características significativas da palavra, a precisão em denotar os objetos e sobretudo os sentimentos; e, em

contrapartida, a palavra gostaria de poder assumir a liberdade alusiva da música, o seu lirismo e o seu livre dobramento na intensidade expressiva da linha melódica. [...] há uma espécie de autonomia semântica da expressão musical que pode assumir a sua coloração emotiva e afetiva, quer quando é combinada com a linguagem verbal, quer quando é isolada como um elemento autónomo e independente (FUBINI, 2003, p.25, 32).

A possibilidade de um isomorfismo entre a expressão musical e os afetos, permitindo à música uma autonomia semântica estando ou não combinada com a linguagem verbal, é desfeita com a predominância do uso da canção como forte produto da indústria da cultura, pois perdendo sua autonomia enquanto linguagem na cultura midiática a música mantém-se agora vinculada e a serviço da linguagem verbal. O compositor Igor Stravinsky também apontou essa semantização da música instrumental por meio da música vocal:

O elemento instrumental dispõe de uma autonomia que o elemento vocal não possui, por estar preso às palavras. [...] A canção, mais ou menos ligada à palavra, acabou por tornar-se uma espécie de complemento, evidenciando assim sua decadência. No momento em que a canção é usada apenas para dar expressão a um discurso, ela deixa o domínio da música, e nada tem a ver com ele (STRAVINSKY, 1994 [1a ed. 1942], p.46).

No mundo do século XXI - altamente tecnológico e informatizado, vazio, narcísico⁷ e hedonista - as pessoas optam cada vez mais por utilizarem cotidianamente uma trilha sonora particular, constituída predominantemente de canções populares, conectada por meio de fones de ouvido em volumes muito superiores ao suportável pelo nosso organismo, por várias horas diárias, inclusive enquanto “trabalham”. A audição, quando

⁷ Gilles Lipovetsky assim define a lógica do vazio: “o narcisismo, a expressão sem retoques, a prioridade do ato de comunicação sobre a natureza do comunicado, a indiferença em relação aos conteúdos, a assimilação lúdica dos sentidos, a comunicação sem finalidade e e sem público, o remetente transformado em seu principal destinatário” (LIPOVETSKY, 2005, p.22).

submetida à exaustão pelo excesso de volume e/ou mantida em um estado de distração permanente em relação ao mundo sensível, tem desativada uma de suas funções principais: descrever a *physis* e o seu *lógos*, anestesiando o pensar e alienando o indivíduo.

Esse permanente estado de alienação é inverso ao que naturalmente é gerado pelas informações auditivas do mundo sensível, que mantém a percepção em estado de alerta e consciente do ambiente ao redor. Uma vez invertido, o estado da percepção afeta negativamente as capacidades de reagir, pensar, inventar, interagir, interpretar e compreender, tornando-nos suscetíveis ao controle dessa estrutura industrial, aprisionando o ser humano na ideologia estritamente comercial e mercadológica do *consumo pelo consumo* - base da sociedade capitalista. A indústria da cultura com seus sedutores bens culturais nos mantém nessa zona de conforto alienante, ditando modismos, padrões de comportamento, gosto musical, nos paradigmas da *meta-narrativa da performance*⁸ (LYOTARD, 2009) por meio da eficácia da venda, promovendo uma gradual e imperceptível transformação e regressão dos sentidos, e por meio deles, o embotamento do pensamento crítico. Dessa estrutura advém um insulamento social, uma pseudo-individualização, uma apatia quase generalizada, pois, mantendo o indivíduo neste permanente estado de desatenção e distração, gera a passividade, destruindo a vontade, exaurindo os sentidos, anestesiando e alterando nossa capacidade de pensar (questionar, analisar, inventar, julgar, interpretar e compreender).

Atualmente essa alienação dormiente do pensamento conta com ajuda de dispositivos móveis cada vez mais atrativos, acessíveis a pessoas de diversas idades e condições econômicas (celulares, *tablets*, *iPod*, *iPad*, etc., todos conectados à internet), tornam os consumidores passivos, obedientes e distanciados de uma sociedade que escolhe, trabalha e determina seu caminho histórico. O filósofo francês Gilles Lipovetsky (2005) denominou esse comportamento de “pode tudismo”, surgido em nossa contemporaneidade como *processo de personaliza-*

⁸ Conceito desenvolvido pelo filósofo francês Jean-François Lyotard (1924-1998).

ção⁹. Uma vez isolados, os indivíduos enfraquecem seus vínculos sociais por estarem mergulhados num confortável ambiente hedonista, sempre buscando uma satisfação narcisista, ambos decorrentes dessa estrutura de consumo individualizante.

Nesse cenário de estandardização musical para o consumo de massa, fundamentado principalmente no gênero da canção popular, as dimensões estruturais da música sofreram uma redução dos parâmetros básicos que a compõem (altura, duração, intensidade e timbre), bem como dos atributos de expressão (andamento, dinâmica e articulação) e nos princípios da *poética*¹⁰ musical (repetição, contraste e variação). No padrão da canção de consumo o que se percebe é um ostinato rítmico em primeiro plano, que sofre mínimas ou imperceptíveis alterações de timbre, articulação e andamento durante sua execução, um acompanhamento harmônico (normalmente em movimento paralelo) realizado sempre pelo mesmo grupo instrumental (geralmente guitarra/violão, baixo, bateria e teclados) e uma melodia de pequena tessitura localizada na região média da voz do intérprete, vizinha à região de fala.

⁹ Sob a égide do consumo de massa e sua uniformização de comportamento, Lipovetsky destaca a face suplementar e inversa desse fenômeno de massa: “a acentuação das singularidades, a personalização sem precedentes dos indivíduos” (LIPOVETSKY, 2005, p.86). Os produtos industriais passam a ser customizados pelo consumidor, tornando-os objetos mais particulares e singulares. Em resposta e reação ao processo de padronização e estandardização inerentes à indústria da cultura, ocorre o processo de personalização: “Liquefação da identidade rígida do Eu e suspensão da primazia do olhar do Outro - em todos os casos o narcisismo funciona como agente do processo de personalização” (*ibidem*, p.39). “O processo de personalização anexou a própria norma, assim como anexou a produção, o consumismo, a educação e a informação. A norma dirigista ou autoritária foi substituída pela norma ‘indicativa’, suave, pelos ‘conselhos práticos’, as terapias ‘sob medida’, as campanhas de informação e sensibilização por meio de filmes humorísticos e publicidades repletas de sorriso” (*ibidem*, p.44.).

¹⁰ Segundo Pareyson, “a poética é programa de arte, declarado num manifesto, numa retórica ou mesmo implícito no próprio exercício da atividade artística; ela traduz em termos normativos e operativos um determinado gosto, que, por sua vez, é toda a espiritualidade de uma pessoa ou de uma época projetada no campo da arte” (PAREYSON, 2001 [1984], p.11).

A forma de percebê-los também se alterou, uma vez que a escuta musical tornou-se individualizada por meio de sofisticados e minúsculos dispositivos sonoros e seus potentes fones de ouvido, distanciados do fenômeno físico do som acústico. O som gravado acusticamente sofre interferência e transformação já em sua captação, bem como nas fases de mixagem e edição, retirando ou adicionado frequências e características timbrísticas, simulando ambientes acústicos diferentes da percepção natural.

Quanto aos princípios *poéticos* da invenção no gênero canção popular, de forma geral percebe-se a repetição de forma exaustiva, hipnótica e sem contraste de motivos (melódicos/ritmicos), forma, instrumentação, etc., onde a variação fica por conta do texto, empobrecendo ainda mais a expressão musical. O golpe de misericórdia veio com o advento do *rap*, declarando a morte da melodia e a simplificação total da canção em uma fala mensurada, acompanhada por um ostinato rítmico com poucos timbres e nenhuma variação. Talvez o *rap* devesse ser encarado como uma nova forma de interpretação literária, ou mesmo teatral, e não de canção, uma vez que o texto mantém-se sempre em primeiro plano, praticamente sem gesto melódico definido.

Oposta a esta situação provocada pela indústria da cultura encontra-se o universo provocativo e transgressor da arte, que para ser apreciada necessita da concentração, do esforço consciente da percepção e de um pensar crítico (identificação, análise, interpretação e compreensão). Despertar a postura crítica no educador do ensino infantil ao universitário, como também no professor especialista em música, é fundamental para interferir nesta estrutura de controle e alienação por meio da *auto-sedução dos sentidos* (LIPOVETISKY, 2005). É uma estrutura que, a partir de ações isoladas e conscientes como a mudança na postura do educador, pode gerar novas possibilidades de resistência e de convívio não-dirigido, na tentativa de desenvolver uma *aísthesis* não-padronizada, ampla e abrangente.

Partindo da construção de bons hábitos da audição, cuidando da percepção sensorial, principalmente a auditiva, e preservando o silêncio e a concentração, o docente e a estrutura familiar podem, cotidianamente, contribuir para a diversificação do gosto musical do educando, que lhe permitirá escolher segundo os critérios por ele vivenciados e aprendidos, num processo vivo, dinâmico e mutável, de análise, interpretação e escolha, preparando-o para o desenvolvimento futuro do seu juízo estético.

Outra postura fundamental na modificação dos atuais paradigmas de padronização e alienação é a valorização da música enquanto linguagem, compreendendo a obra musical nos âmbitos da *poética*, da *práxis* e da *teoria*, desenvolvendo um pensamento crítico por meio da invenção, apreciação/especulação e práticas musicais.

Quando a criança é submetida à recorrente situação passiva como a de ouvir um CD de canções ou assistir a um *show* em DVD - onde a interação é apenas seu movimento impulsionado pela pulsação rítmica da canção, desconetada de qualquer intenção pedagógica - configura-se como uma situação de entretenimento, originando uma anestesia em sua *aísthesis*, na sua atuação e nas capacidades de análise e interpretação, embotando os sentidos ao moldá-los conforme aquilo que recebe sensorialmente, acostumando a criança àquele tipo de timbre, volume, pulsação que gera sempre a mesma gama de sensações.

O mais comprometedor nessas situações de adestramento sensorial e estético é a inibição da coragem para experimentar, imaginar e inventar, atividades inatas em qualquer criança. Consequentemente, a diminuição dessas ações atinge o âmbito da fantasia infantil, que deveria ser alimentada por uma ampla diversidade de sensações, atividades e objetos que apenas “sugerissem algo”, que não estivessem prontos e consolidados, e sim por fazer, num processo vivo de construção. No entanto, nessa estrutura atual, a fantasia infantil é cada vez mais pré-dirigida por objetos e experiências prontas, garantindo por

um curto tempo a sua diminuta interação. Isso atinge indiscriminadamente crianças no primeiro e segundo setênios, mas quanto menor a idade mais suscetível ela é à interferências na formação do gosto e do futuro juízo estético. Com vivências sensoriais cada vez mais pré-digeridas, controladas e padronizadas, e com a ausência de um ensino regular que inclua uma sensibilização e uma formação em arte enquanto área do conhecimento, a sociedade industrializada está criando consumidores adestrados e dependentes da tecnologia ao invés de seres humanos dotados de sensibilidade, capacidade de escolha e de avaliação, senso crítico, adaptação e invenção.

Atualmente, com a repetição incansável de alguns gêneros populares de nossa atual sociedade por meio das mídias de comunicação, cada vez mais pessoas se acostumam e passam a idolatrar esses bens de consumo “musicais”, determinando um gosto pessoal restrito e limitado ao reconhecimento do sempre-igual, interferindo nocivamente nas capacidades de análise e avaliação valorativa do juízo estético, que pode ser entorpecido e até mesmo bloqueado, propiciando apatia, controle e dominação.

Essa apatia pode ser entendida como “uma nova socialização suave e ‘econômica’, uma descontração necessária ao funcionamento do capitalismo moderno enquanto sistema *experimental* acelerado e sistemático” (LIPOVETISKY, 2005), numa “anemia emocional” generalizada e alimentada por esse “narcisismo coletivo” que desvaloriza o passado e as tradições culturais, tornando o futuro apocalíptico e desesperador, e onde “o adestramento social não se efetua mais pelo constrangimento disciplinar nem pela sublimação, mas sim, pela auto-sedução” (*ibidem*, p.24, 26, 33, 37). O consumismo atua então como processo de “controle suave, não mecânico ou totalitário; [...] que funciona à base da sedução”, onde os indivíduos “adotam os objetos, as modas, as fórmulas de lazer elaboradas por organizações especializadas, porém de acordo com suas conveniências, aceitando isto e não aquilo, combinando livremente os elementos programados” (*ibidem*, p.85).

Nesse cenário, a reinserção da disciplina de música no ensino regular é de extrema pertinência, desde que meticulosamente estudada para não repetir e colaborar com o sistema de consumo existente, caminhando em outras direções, visando uma sensibilização para a formação do gosto musical e a compreensão da música enquanto linguagem. Um conteúdo curricular musical que contemplasse a história da música e da arte, a vivência e o estudo teórico dos parâmetros musicais, dos atributos de expressão e dos princípios da *poética* musical, e uma prática pedagógica que partisse sempre da *práxis* coletiva para a individual, com a apreciação e execução de obras de referência e, principalmente, com exercícios lúdicos e práticos de invenção musical, permitindo a formação de valores artísticos, que enquanto análise, valoração e avaliação, aproximam o indivíduo da universalidade e unicidade do juízo estético, colaborando assim para a construção do pensamento crítico que possibilita ouvir, escutar, interpretar, compreender, julgar e escolher.

Referências

ADORNO, T. W. & SIMPSON, G. On popular music. In: HORKHEIMER, Max, ed. *Studies in philosophy and social science*. Trad. por Flávio R. Kothe. Nova York: Institute os Social Research, 1941. v. IX, p. 17-48.

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antonio de Almeida; Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1985[1a ed. 1944].

ADORNO, T. W. *Introdução à Sociologia da Música: doze preleções teóricas*. [1a ed. 1973]; Tradução de Fernando R. de Moraes Barros. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

_____. *Filosofia da Nova Música*. [1a ed. 1958]; Trad. Magda França - São Paulo: Perspectiva, 2011.

COSTA, Alexandre da Silva. Da relação entre lógos e daimon em Heráclito: a escuta como definidora do homem. In: RICCIARDI, Rubens Russomanno; ZAMPRONHA, Edson (org). Quatro ensaios sobre música e filosofia: 1a ed., Ribeirão Preto: Editora Coruja, 2013.

FUBINI, E. Estética da Música. Lisboa: Edições 70, 2012.

LIPOVETSKY, G. A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Tradução de Therezinha Monteiro Deutsch, 1a ed. brasileira; Barueri: Manole, 2005.

LYOTARD, J. F. A condição pós-moderna. Tradução de Ricardo Corrêa Barbosa, 1a ed., Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

PAREYSON, L. Estética: teoria da formatividade. Trad. de Ephraim Ferreira Alves, - Petrópolis: Vozes, 1993.

_____. Os problemas da estética. Trad. Maria Helena Nery Garcez. 3a ed. - São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. Verdade e Interpretação. Trad. Maria Helena Nery Garcez, Sandra Neves Abdo. 1a ed. - São Paulo: Martins Fontes, 2005.

RICCIARDI, Rubens Russomanno; ZAMPRONHA, Edson (org). Quatro ensaios sobre música e filosofia: A música na madrugada do destino - uma poética musical para o século XXI. 1a ed., Ribeirão Preto: Editora Coruja, 2013.

STRAVINSKY, I. Poética Musical em 6 lições. [1a ed. 1942]; Trad. Luiz Paulo Horta. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

ZAMPRONHA, E. S. Notação, Representação e Composição: um novo paradigma da escritura musical. 1a ed.; São Paulo: Annablume: FAPESP, 2000.